

ALL. 1

Campagna di comunicazione istituzionale

“VOGLIO VIVERE IN ARMONIA PER LA FELICITÀ DELL’UMANITÀ”

FINALITÀ E OBIETTIVI

La finalità principale della Campagna è trasformare la crisi pandemica in occasione per avviare un processo di Rinascenza sociale etica ed economica capace di accendere nei GIOVANI una scintilla d’entusiasmo e farne gli **EROI DI UNA MISSIONE DI FELICITÀ PER L’UMANITÀ**

L’iniziativa ha lo scopo di responsabilizzare ogni singola persona, nella convinzione che i grandi cambiamenti sono favoriti dai comportamenti individuali consapevoli, con la diffusione di stili di vita più sani corretti ed armoniosi ispirati alla Bellezza/Bontà del Patrimonio Culturale indispensabili anche per vincere il covid-19 e promuovere la prevenzione sanitaria.

Si propone un Modello di Sviluppo Eticosostenibile improntato sui principi universali, sul rispetto delle persone e dell’ambiente e sull’Educazione all’Arte di Vivere, investendo sul valore fondamentale dell’Amore, perché se la Vita nasce da una scintilla d’Amore, solo l’Amore può rigenerarla facendo della Regola Aurea che ogni mamma insegna alla propria creatura: **FAI TUTTO CON AMORE E LA VITA TI SORRIDERÀ**

Con il sostegno della Società Italiana di Pediatria che ha aderito all’iniziativa ‘I Giovani adottano gli Adulti’ per un Mondo migliore e per la Felicità dell’Umanità i Giovani cercheranno di sensibilizzare gli Adulti nell’utilizzare comportamenti più sani ed armoniosi per creare le condizioni ideali per costruire un Mondo migliore trasformando il *modus vivendi* in *Ars Vivendi* per il raggiungimento della più grande aspirazione dell’Umanità, ovvero la FELICITÀ, Quintessenza della Divinità, che accende l’entusiasmo per permettere di vivere intensamente e in armonia nel rispetto di sé stessi degli altri e dell’ambiente, di godere del piacere dei piccoli gesti quotidiani e di trasformare ogni istante in una Perla d’Eternità irradiando il valore epifanico della Vita che, così, può diventare, essa stessa Opera d’Arte.

Target

Tutti i cittadini residenti in Italia e le comunità di italiani nel mondo, partendo dai Lucani con particolare attenzione alle nuove generazioni protagoniste assolute della campagna

Contenuto dei messaggi

Gli spot TV e radio saranno interpretati da testimonial e cittadini, con un occhio particolare ai Giovani, che rappresentano diverse categorie del mondo della scuola, dello spettacolo sport e lavoro e per rinsaldare il legame di appartenenza e di identità fondato sui valori universali e sulle radici comuni si potrà esaltare il prezioso patrimonio Culturale partendo, per esempio dalla riscoperta del leggendario **ITALO, re dell’Enotria**, (a cui la Regione Basilicata ha dedicato un Padiglione) padre simbolico ed eponimo dell’**ITALIA il cui nome, già soltanto pronunciandolo, suscita, in tutto il mondo, un brivido d’emozione in quanto sinonimo di Arte Cultura Bellezza**: un’occasione unica per sanare il divario tra Nord e Sud e creare le concrete condizioni per una Rinascenza culturale ed economica di tutto il Bel Paese.

Strumenti e mezzi

La campagna sarà diffusa sulla RAI e sui siti istituzionali, sul web e sui social media.

Il *claim* della campagna è:

“VOGLIO VIVERE IN ARMONIA PER LA FELICITÀ DELL’UMANITÀ”

Questo *claim* racchiude la più grande aspirazione dell’Umanità: **raggiungere la Felicità educando all’Arte di Vivere per un Mondo Migliore facendo valere i diritti dell’infanzia, dell’Adolescenza e i diritti per le pari opportunità in ottica di genere e insegnando il rispetto di sé stessi degli altri e dell’ambiente attraverso l’Amore e l’Armonia, la Pace e la Giustizia.**

Si invia di seguito a tal riguardo un *video-art* prodotto dalla Regione Basilicata con la regia di Tomangelo Cappelli e che vede Michele Placido protagonista nelle vesti di Federico II di Svevia che grazie ad un’invenzione cinematografica torna a vivere nella Contemporaneità e accorgendosi dell’‘grigiore’ dell’esistenza e della mancanza d’attenzione per la Bellezza lancia con i Giovani una Missione di Felicità per l’Umanità.

Il Claim che appare nel video-art <https://www.youtube.com/watch?v=THzq6fx8B8g> dal min. 11:11 con un grande appello a diventare tutti eroi della Missione è stato utilizzato in numerosi Laboratori Emozionali

Campagna di Comunicazione istituzionale emozionale: **'VOGLIO VIVERE IN ARMONIA PER LA FELICITÀ DELL'UMANITÀ'**

In questo momento così difficile a causa della pandemia, con la Campagna di Comunicazione "VOGLIO VIVERE IN ARMONIA PER LA FELICITÀ DELL'UMANITÀ" ideata da Tomangelo Cappelli della Regione Basilicata si propone di trasformare la gravissima crisi sanitaria in una grande opportunità per un processo di Rinascenza Etica Estetica ed Economica, puntando su un Modello di Sviluppo Eticsostenibile improntato sui principi universali, sul rispetto delle persone e dell'ambiente e sull'Educazione all'Arte di Vivere, investendo sul valore fondamentale dell'Amore, perché se la Vita nasce da una scintilla d'Amore, solo l'Amore può rigenerarla.

I Giovani, la Scuola e il Lavoro devono necessariamente essere messi al centro della programmazione delle istituzioni, per garantire i diritti dell'infanzia e dell'adolescenza e far valere i diritti per le pari opportunità, contro le discriminazioni di genere e per la valorizzazione del benessere sociale, affinché tutte e tutti abbiano pari dignità e siano uguali davanti alla legge senza distinzione di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali e sociali.

Ecco perché al fine di creare di solide basi per una società migliore all'insegna della valorizzazione del benessere sociale a servizio del Bene Comune, affinché tutti abbiano pari dignità sociale e siano uguali davanti alla legge senza distinzione di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali e sociali, sarà fondamentale puntare sulla responsabilità diretta ed individuale e sull'adozione di approcci didattici innovativi anche attraverso discipline STEM, per consentire, oltre a grandi economie sui costi sociali, il raggiungimento di una più alta e diffusa Qualità della Vita.

L'obiettivo principale della campagna è accendere nei GIOVANI una scintilla d'entusiasmo e farne gli EROI DI UNA MISSIONE DI FELICITÀ PER L'UMANITÀ ispirando, la *Joie de Vivre*, Gioia di Vivere, partendo dalla riscoperta dei più profondi valori della vita attraverso la Bellezza/Bontà del patrimonio culturale per fortificarne il carattere e per metterli in grado di superare ansie e paure e affrontare l'esistenza nel modo migliore, nel rispetto degli altri, di sé stessi e dell'ambiente, promuovendo, attraverso l'Armonia dell'Arte, l'Armonia dei Comportamenti con la diffusione di stili di vita più sani e corretti, partendo dalla Prevenzione per consentire, oltre al ben/Essere psicofisico, un più alto livello di tutela della salute e cospicue economie sui costi sanitari.

Per non vanificare gli sforzi fatti ed evitare nuove ondate di ritorno si punta sull'applicazione Emozionale delle regole sanitarie elementari di prevenzione, favorendo la vaccinazione anche tra le fasce giovanili, con il sostegno della Società Italiana di Pediatria che ha aderito all'iniziativa **'I Giovani adottano gli Adulti per un Mondo migliore e per la Felicità dell'Umanità'** per trasmettere l'armonia nei comportamenti e promuovere la diffusione capillare di stili di vita più sani corretti ed armoniosi facendo tesoro della 'Magia della Fanciullezza' per costruire una società a dimensione delle nuove generazioni e creare, insieme, le condizioni ideali per una società più giusta ed inclusiva.

Attraverso la Campagna di comunicazione istituzionale proposta si vuole far riscoprire i veri e più autentici valori della vita riappropriandosi del 'senso delle cose' per superare la precarietà esistenziale, causa dell'insorgenza di disturbi, malattie, depressioni da ansia e paura, stili errati, comportamenti aberranti e distruttivi, per raggiungere una condizione di ben/Essere psico-fisico e riportare l'attenzione costante sulla **Consapevolezza Lirica del Presente che con il suo incanto profumato di Thaumàzein**, Meraviglia, diventa indispensabile per realizzare quella che i sapienti di tutti i tempi indicano come **la più grande aspirazione dell'Umanità**, ovvero la **FELICITÀ**, Quintessenza della Divinità che accende l'entusiasmo per permettere di vivere intensamente e in armonia, di godere del piacere dei piccoli gesti quotidiani e di trasformare, così, ogni istante in una Perla d'Eternità irradiando il valore epifanico della Vita che, così, può diventare, essa stessa Opera d'Arte.

Questi obiettivi potranno essere realizzati solo perseguendo una traccia fondamentale per una Weltanschauung, una visione del mondo, che veda realmente protagoniste le Persone, a partire dalle nuove generazioni, coinvolgendo tutte le componenti sociali per la diffusione di comportamenti più armoniosi trasformando il *modus vivendi* in *Ars Vivendi* con l'attuazione di un intenso processo di sensibilizzazione culturale, partendo proprio dall'esaltazione della parola magica 'CULTURA', (dal lat. *Cultus*= 'Culto' e 'Sacro' e *Colere*= 'Coltivare' e 'Celebrare') che significa, appunto, **'Celebrare la Sacralità della Vita'** per promuovere la conoscenza e valorizzazione del Patrimonio Culturale e farne una fonte di ricchezza Etica Estetica Economica, in una visione europeista per rafforzare l'Identità nazionale e, nel contempo, favorendo processi di unità, coesione e integrazione dei Paesi dell'Unione Europea.